EXTRA 05

DE LA TABLE À LA BOUTIQUE

Comment vendre à ceux qui ne vous connaissent pas : boutiques, wedding planners, marchés et grosses commandes



PAR CLARA MORETTI · ATELIER BLANC

Sommaire

01 Le pas que presque personne ne franchit

02 Le prix de gros

03 Les boutiques

04 Les wedding planners

05 Produire 150 pièces en un week-end

06 Marchés et salons

07 Vendre en ligne sans site

08 Expédier le plâtre

09 Les chiffres

Le pas que presque personne ne franchit

Il arrive un moment où les amies ont déjà acheté, les collègues aussi, et la question devient autre : **et maintenant, à qui je vends ?**

C'est là que presque tout le monde s'arrête. Non pas parce que les pièces ne sont pas belles, mais parce que vendre à ceux qui vous connaissent et vendre à ceux qui ne vous ont jamais vue sont deux métiers différents. Le premier se fait avec des photos et du bouche-à-oreille. Le second se fait avec un échantillon en main, un prix de gros en tête et un mail bien écrit.

Ce carnet, c'est le second métier.

Ce que vous trouverez ici

- **Les boutiques** : lesquelles viser, quoi envoyer, quel prix pratiquer et comment se raisonne une marge de gros.
- **Les wedding planners et les salles** : comment entrer dans la liste des fournisseurs d'un événement. Un seul planner peut valoir 300 pièces par an.
- **Produire en série pour de vrai** : 150 pièces en un week-end avec peu de moules.
- **Marchés et salons** : lesquels choisir, combien de stock emporter, comment tient un stand.
- **Vendre en ligne sans site** : Vinted, Leboncoin, Etsy et les groupes locaux.
- **Expédier le plâtre** sans qu'il arrive en morceaux, et combien le facturer.
- **Les chiffres** : ce que vous encaissez avec 1, 3 ou 10 commandes par mois et quand augmenter vos prix.

Le **Kit Vendez vos Pierres** vous a donné les photos, le catalogue et les textes pour votre entourage. Ici, on sort de cet entourage.

BON À SAVOIR

Une précision honnête

Tous les prix et les chiffres de ce carnet sont **indicatifs** et doivent être vérifiés avec le calculateur du Bonus 06. Personne ne peut vous garantir combien vous vendrez : cela dépend de votre région, de votre temps et du nombre de portes auxquelles vous frappez.

Le prix de gros

Avant de parler à une boutique, il vous faut deux prix en tête, et ils ne s'improvisent pas.

- **Prix public** : celui que vous pratiquez en vente directe.
- **Prix de gros** : en général **la moitié** du prix public. La boutique double parce qu'elle paie la vitrine, le personnel, les charges et les invendus.

Si cette moitié ne vous laisse pas de marge, ce n'est pas la faute de la boutique : c'est que le prix public était trop bas ou le coût trop élevé. Refaites le calcul avant de négocier.

Pièce	Coût matière	Prix public	Prix de gros	Il vous reste
Petit galet	0,60 €	5 €	2,50 €	1,90 €
Pièce moyenne	0,90 €	8 €	4 €	3,10 €
Trio	2,50 €	20 €	10 €	7,50 €

Valeurs purement indicatives : mettez les vôtres dans le calculateur.

LE CONSEIL DE CLARA

La commande minimum

Fixez un minimum (par exemple 20 pièces ou 60 €) et annoncez-le d'emblée. Sans minimum, vous finissez à préparer des commandes de six pièces qui vous coûtent plus de temps qu'elles ne rapportent.

Les boutiques

Lesquelles viser

Pas les boutiques de souvenirs. Visez celles où votre cliente entre déjà :

- **Fleuristes.** Les plus naturels : ils vendent des cadeaux, travaillent sur les mariages et ont déjà le bon public.
- **Boutiques de cadeaux et de décoration.**
- **Herboristeries et savonneries artisanales.**
- **Instituts de beauté et spas** : ils achètent pour revendre et pour parfumer les cabines.
- **Chambres d'hôtes et gîtes** : une pierre parfumée dans chaque chambre, et ils les renouvellent.
- **Salons de coiffure haut de gamme**, qui vendent de petits objets en caisse.
- **Concept stores et boutiques de déco.**

Faites une liste de **dix** dans votre secteur. Dix, pas cent : vous devez pouvoir toutes les relancer.

Quoi envoyer

Jamais un long mail. Cette structure fonctionne :

> Objet : Pierres parfumées artisanales pour [nom de la boutique]
>
> Bonjour, je m'appelle [prénom] et je crée des pierres parfumées en plâtre à la main, ici à [ville]. Je les ai pensées pour des boutiques comme la vôtre : elles tiennent des mois, se rechargent et ne demandent ni flamme ni électricité. Je joins trois photos et le tarif de gros. Si cela vous intéresse, je peux passer vous déposer **deux échantillons** cette semaine, sans engagement. Merci de votre temps, [prénom] · [téléphone]

Trois lignes, trois photos, un tarif, une proposition concrète. Le reste, c'est l'échantillon qui le fait.

L'échantillon gagne toujours

Neuf fois sur dix, la vente se conclut quand la gérante **tient la pièce en main et la sent**. Apportez :

- Deux pièces finies, emballées comme vous les vendriez.
- Le tarif imprimé sur une feuille, avec la commande minimum et les délais.
- Une carte avec vos coordonnées.

Laissez les échantillons sur place. Ils coûtent deux euros et restent sur le comptoir à travailler pour vous.

EN BREF

La phrase qui ouvre la porte

« Je vous laisse deux pièces à essayer. Si dans deux semaines elles vous plaisent et que vous pensez qu'elles peuvent se vendre, appelez-moi et je vous apporte la première commande. » Personne ne refuse une chose gratuite qui n'engage à rien.

Le dépôt-vente : quand oui et quand non

Beaucoup de boutiques proposent le **dépôt-vente** : vous laissez la marchandise, elles ne paient que ce qui se vend.

- **C'est justifié** au début, avec une boutique sérieuse, pour peu de pièces et avec un papier signé indiquant combien vous en avez laissé et depuis quand.
- **Cela ne l'est pas** si la boutique est loin, s'il s'agit de beaucoup de pièces ou de pièces personnalisées.

Mettez toujours une date : « je repasse dans six semaines ». Sans date, vos pièces restent là pour toujours.

Les wedding planners

C'est le canal qui change les chiffres, parce qu'il n'achète pas six pièces : il en achète **cent vingt d'un coup**, et il revient.

Comment les trouver

- Cherchez sur Instagram « wedding planner [votre département] » et regardez qui publie de vrais mariages.
- Les **salles de réception** et les **domaines** qui accueillent des mariages ont toujours une liste de prestataires.
- Les **fleuristes** qui travaillent l'événementiel les connaissent tous : demandez-leur.

Ce qui les intéresse vraiment

Pas votre produit : leur tranquillité. Un planner achète à celle qui **ne lui crée pas de problèmes**. Dans la première conversation, dites-lui ces quatre choses, dans cet ordre :

1. **Combien de pièces au maximum** vous pouvez faire et en combien de temps.
2. **Que vous personnalisez** (couleur, ruban, prénoms des mariés, date).
3. **Que vous livrez une semaine avant** l'événement, pas le jour même.
4. **Que vous avez un échantillon** à lui montrer tout de suite.

La fiche à envoyer

Une seule page avec : trois photos, les formats, le prix par tranche de quantité, les délais et vos coordonnées. Pas d'histoire personnelle, pas de « ma passion pour l'artisanat ». Ils lisent vingt propositions par mois : celle qui gagne est celle qui se comprend en trente secondes.

Quantité	Prix à la pièce (indicatif)
50 à 79	3,50 €
80 à 119	3,20 €
120 et plus	2,90 €

ATTENTION

Acompte et délais, toujours par écrit

50 % à la commande, solde à la livraison. Date de livraison écrite. Pour les pièces personnalisées, le texte exact confirmé par message (prénoms, dates, orthographe). Un mariage ne se reporte pas : une faute sur les prénoms, c'est vous qui la payez.

Produire 150 pièces en un week-end

C'est possible, mais pas en improvisant. Le goulot d'étranglement n'est pas la coulée : c'est le **séchage** et la **finition**.

Le calcul réel

Une coulée de 500 g remplit environ dix pièces moyennes et vous prend 20 à 25 minutes. Le moule se libère en 30 à 60 minutes. Avec deux moules de six empreintes, vous faites **trois ou quatre coulées par matinée : 36 à 48 pièces**.

Jour	Ce que vous faites
Vendredi soir	Préparation : plâtre pesé en sachets de 500 g, moules propres, table et grilles dégagées.
Samedi matin	Quatre coulées : 40 pièces.
Samedi après-midi	Quatre coulées : 40 pièces. Les premières se démoulent et vont sur les grilles.
Dimanche matin	Quatre coulées : 40 pièces. Vous poncez celles de samedi.
Dimanche après-midi	Trois dernières coulées : 30 pièces. Vous finissez le ponçage.
Lundi et mardi	Séchage. **On ne touche à rien.**
Mercredi	Parfumage, puis 48 heures de repos en sachet de papier.
Vendredi	Emballage et livraison.

Ce sont 150 pièces en un week-end de travail, mais la livraison est **une semaine plus tard**. C'est cette date-là qu'il faut annoncer au client, pas le temps de coulée.

La place

150 pièces de 6 à 8 cm occupent environ deux mètres carrés sur grille. Les grilles du four empilées sur des bocaux, une table de camping, une étagère vidée : il faut de la surface aérée, loin du soleil et des radiateurs.

La qualité en série

- **Pesez toujours**, même à la dixième coulée. À l'œil, vers la fin, on se trompe.

- **Même eau, même température** : un plâtre froid prend plus lentement et change la couleur finale.
- **Numérotez les fournées** au crayon au dos : si un lot est raté, vous savez lequel écarter.
- **Comptez 10 %** de casse prévue. Si vous ne l'utilisez pas, ce sont des cadeaux.

Marchés et salons

Lesquels choisir

Ils ne se valent pas. Avant de payer un stand, demandez aux organisateurs trois choses : **combien de visiteurs l'an dernier**, **combien d'exposants** et **combien vendent de la décoration comme la vôtre**. S'il y a cinq autres stands de bougies et de savons, le vôtre se perd.

Les meilleurs, dans l'ordre : marchés de Noël, salons des métiers d'art, marchés de créateurs avec une vraie fréquentation, événements dans des domaines et des caves. Les pires : les salons généralistes à entrée payante.

Combien de stock emporter

Règle pratique : **du stock pour le triple de ce que vous pensez vendre**. Un stand à moitié vide ne vend pas, même si vous avez assez de pièces. C'est le plein qui attire.

Type d'événement	Pièces à emporter
Marché de village, une demi-journée	60 à 80
Marché de Noël, journée entière	120 à 150
Salon de deux jours	200 et plus

Le stand

- **Trois hauteurs.** Tout à plat sur la table ne se voit pas. Utilisez des cagettes, une branche suspendue, un présentoir vertical.
- **La pièce à sentir**, avec « sentez-moi » écrit dessus. C'est elle qui arrête les gens.
- **Des prix grands et clairs** par gamme.
- **De la monnaie et le paiement par téléphone.** En décembre, la moitié des gens n'a plus d'espèces.
- **Le carnet de commandes** : celle qui demande une chose que vous n'avez pas vous laisse ses coordonnées. Ce sont les ventes du mois suivant.

LE CONSEIL DE CLARA

Le deuxième jour vaut double

Sur les salons de deux jours, celui qui a vu le stand samedi revient acheter dimanche. Ne démontez pas avant l'heure et ne bradez pas le samedi soir : c'est le dimanche matin que se concluent les achats importants.

Vendre en ligne sans site

- **Vinted et Leboncoin.** Aucun coût fixe, public énorme, parfaits pour les pièces à l'unité et les trios. Photos à la fenêtre, titre clair, prix avec les frais de port annoncés.
- **Etsy.** L'endroit juste pour les cadeaux d'invités et les pièces personnalisées, y compris à l'étranger. Il y a des commissions et il faut de belles photos, mais les clients cherchent exactement ce que vous faites.
- **Groupes Facebook locaux.** Gratuits et immédiats : lisez les règles avant de publier.
- **Instagram avec commandes par message.** Pas besoin de boutique en ligne : il faut que la description du profil dise ce que vous vendez, le prix de départ et « écrivez-moi pour commander ».

Ne les ouvrez pas tous. **Choisissez-en un** et soignez-le pendant trois mois.

Expédier le plâtre

C'est fragile, mais ce n'est pas difficile : cela ne casse que lorsque cela bouge dans le carton.

1. **Chaque pièce emballée** séparément dans du papier bulle ou du papier de soie épais.
2. **Petit carton**, pas grand : moins de vide, moins de mouvement.
3. **Comblez les vides** avec du papier froissé. Secouez avant de fermer : si quelque chose bouge, ajoutez du papier.
4. **Fragile** écrit à la main sur deux faces.
5. Pour les pièces plates (étiquettes, marque-places), l'enveloppe matelassée avec deux cartons rigides suffit et coûte bien moins cher.

Les frais sont à la charge de l'acheteur, et mieux vaut l'annoncer avant. Mettez un montant fixe et offrez la **livraison gratuite au-dessus d'un certain panier** : cela fait monter le montant moyen plus que n'importe quelle remise.

Les chiffres

Faisons le calcul avec une marge moyenne de 4 € par pièce et des commandes de 25 pièces (valeurs indicatives, les vôtres sortent du calculateur).

Commandes par mois	Pièces	Marge mensuelle
1	25	100 €
3	75	300 €
10	250	1 000 €

Le passage de 1 à 3 est le plus facile : ce sont trois clients réguliers. Le passage de 3 à 10 demande deux choses : **des clients qui recommandent** (des boutiques, pas des particuliers) et **une production organisée**.

Quand augmenter vos prix

Il y a trois signaux, et deux suffisent :

1. Plus personne ne vous dit que c'est cher.
2. Vous avez plus de commandes que vous ne pouvez en produire.
3. Vous vous êtes rendu compte que, dans le calculateur, vous aviez compté votre temps à zéro.

On augmente de 10 à 15 % à la fois, sur les nouveautés avant les anciennes, et sans l'annoncer à personne.

LE CONSEIL DE CLARA

La meilleure cliente n'est pas celle qui paie le plus

C'est celle qui **revient**. Une boutique qui recommande tous les deux mois vaut dix mariages ponctuels. Quand vous choisissez où mettre votre temps, choisissez toujours qui peut recommander.